



Toetab Euroopa Liit



Maaelu Arengu Euroopa
Põllumajandusfond:
Euroopa investeeringud
maapiirkondadesse

PRIA maine ja klientide infovajaduse uuring 2012

Faktum & Ariko

Tallinn
2012

Sissejuhatus

PRIA klientideks on nii eraisikud kui ka ettevõtted ja mittetulundussektori esindajad ning väiksemas mahus ka kohalikud omavalitsused. Kokku on PRIA kliente ligi 41 000, kellest igal aastal on kokkupuude PRIAga umbes pooltel. Igal aastal esitavad kliendid PRIAle ca 70 000 erinevat toetustaotlust, lisaks mitmesuguseid andmeid ja muid dokumente. PRIA pakub neile toetustega seotud infot, saadab järelepärimisi, otsuseid jne.

Infovajaduse uuringu sisuks on PRIA klientide infovajadus ja selle rahuldamine ning klientide ootuste ja eelistuste kaardistamine. Infovajaduse uuringuga sooviti saada vastuseid järgmisele küsimustele:

- milliseid infokanaleid kliendid seni on eelistanud ja kasutanud PRIAga seotud teabe saamiseks ja asutusega suhtlemiseks;
- millise iseloomuga infot on seni enim vajatud, kust seda otsitakse;
- milliste kanalite vahendusel kliendid soovivad edaspidi teavet saada ja asutusega suhelda;
- milliste kanalite ja info kasutamisest on loobunud ja miks;
- kuidas ollakse rahul info arusaadavusega, kasutusmugavusega, info leidmise lihtsuse ja kiirusega;
- e-kanalite kasutatavus kliendigruppide lõikes, mittekasutamise põhjendused;
- milles näevad kliendid PRIA rolle, kuidas hindavad nende täitmist ja milliseks peavad PRIA mainet;
- kas küsitlavad tahaksid ise kunagi PRIAs töötada ja miks (põhjendused nii ei- kui jah-vastuste puhul).

Uuringu formaat

Metoodika

Uuringu läbiviimise meetodina kasutati telefoniküsitlust, mis on üks vahetumaid ja kiiremaid uuringumeetodeid. Telefoniküsitluse kasuks räägivad eelkõige kõrgem vastajate protsent kui näiteks posti- või veebipõhise küsitluse puhul. Seda sellepärast, et vastamisel pole vaja vastajal ise eriti pingutada ning on võimalus täpsustada küsimusi.

Telefoniküsitlused võimaldavad ka kasutada keerulisema ülesehitusega ankeete, sest vastaja ise ei pea nendes küsimuste rägastikes orienteeruma – selleks on telefoniintervjueeriija. Samuti saadakse selle meetodi abil teada vastaja kohene reaktsioon.

Tegu oli struktureeritud telefoniküsitlusega, kus küsitlejale oli ette antud ankeet, mida küsitlemise ajal kindlalt jälgida. Tegu oli ankeediga, kus oli nii kinniste kui ka lahtiste vastustega küsimusi (kliendi kommentaaride jaoks ja isikliku arvamuse avaldamiseks).

Valim

Uuring viidi läbi PRIA olemasolevate klientide hulgas. Valim koostati selliselt, et tulemusi oleks võimalik analüüsida ka erinevate kliendigruppide (nt kliendi juriidiline staatus, ettevõtte suurus, taotletud toetuste liigid või valdkonnad, kliendi tegevuspiirkond Eestis) kaupa.

Valimisse kaasati teadlikult vähem ühe toetuse taotlejaid ja rohkem mitut liiki taotluste kliente, et saada väärtuslikumat infot vastustest. Valimist jäeti välja need, kes aastal 2011 midagi ei taotlenud.

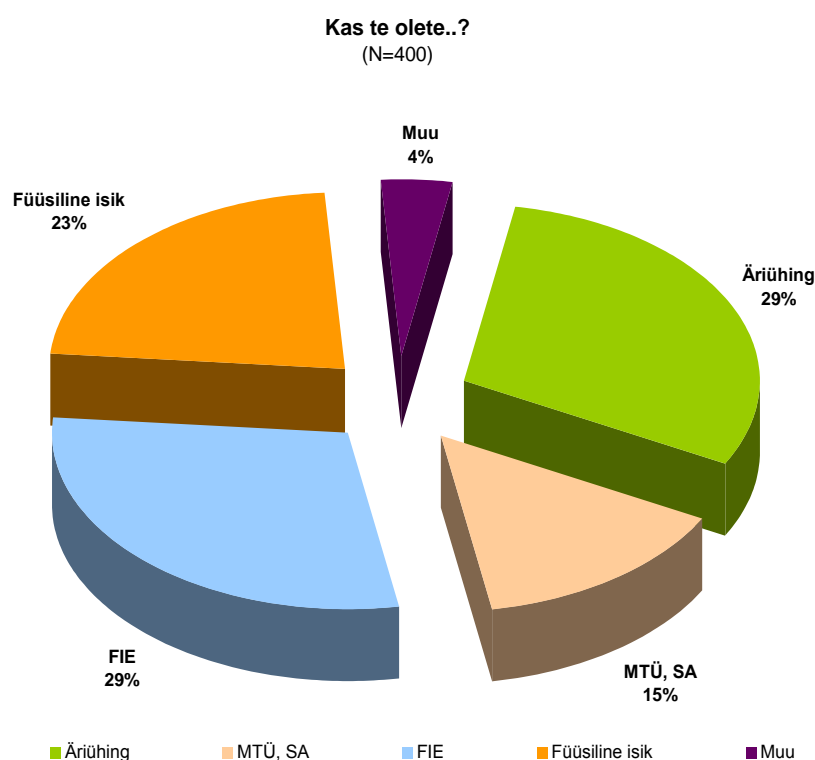
Aeg

Uuring viidi läbi 2012. aasta septembris ja oktoobris. Struktureeritud telefoniküsitlus PRIA klientide hulgas toimus septembris. Intervjuu keskmine pikkus oli 18 minutit.

Kokkuvõte

- Uuring viidi läbi PRIA olemasoleva **400 kliendi hulgas**. Valimis olid esindatud kõige enam – 29% – äriühinguid ning FIEsid. 23% vastanutest olid füüsilised isikud, 15% MTÜ-d ja SA-d. 4% oli muu, mille alla kuulusid peamiselt vallavalitsused ja haridusasutused nagu koolid, lasteaiad.

Joonis 1

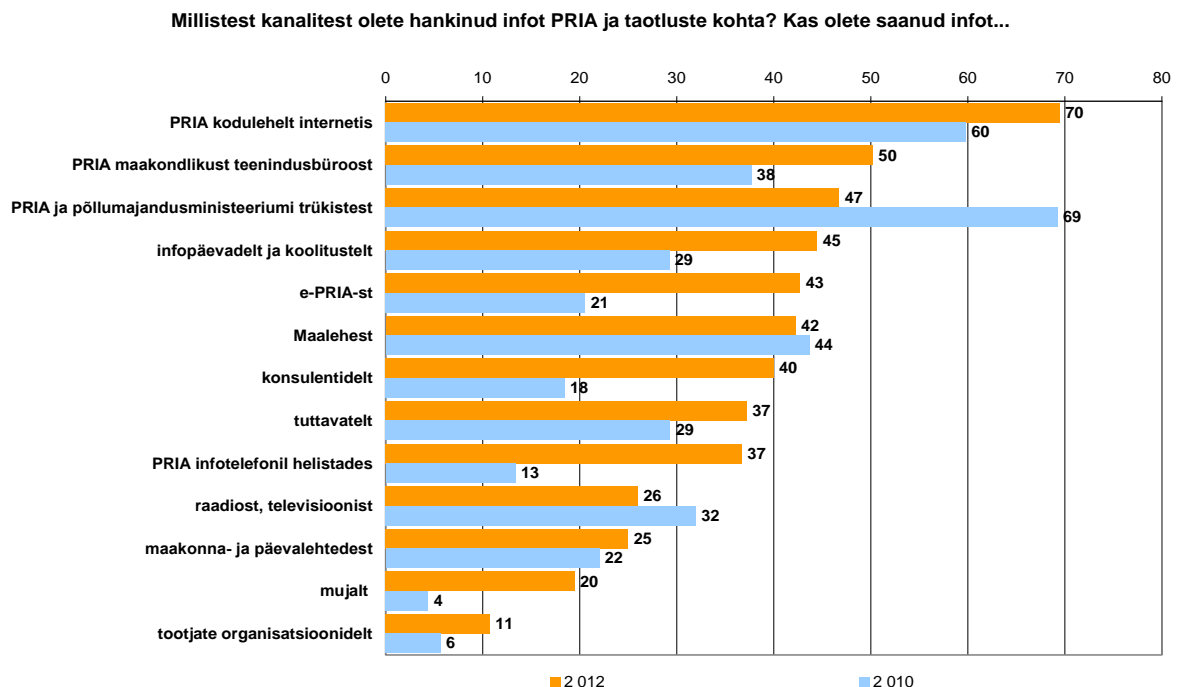


- Vastajate hulgas oli 34% neid, kes on ettevõtja, kel on üle 50 ha haritavat maad või üle 20 looma. 26% olid neid, kel on alla 50 ha haritava maad või alla 20 looma. Ülejäänud 40% liigitusid muu taotleja alla.
- Enim (58%) oli neid, kes on taotlenud just **pindalatoetusi**. **Loomakasvatus-, investeeringu- ja LEADER ja/või külade arengu toetuste** saajaid igapäev 22%. 8% vastanutest on viimase paari aasta jooksul taotlenud **turukorraldustoetusi**,

toiduprogrammide toetusi ning 5% **kalandustoetusi**. 40% vastanutest liigitas enda poolt taotletud toetusliigi „muu“ alla.

- PRIA kliendid on hankinud infot PRIA ja toetuste kohta peaaugjalikult **PRIA koduleheküljelt Interneti vahendusel (70%)**. Tegu oli küsimusega, kus võis olla mitu vastust ning selgus, et lisaks Internetile on umbes pooled (50%) teinud seda läbi PRIA maakondlike teenindusbüroode.

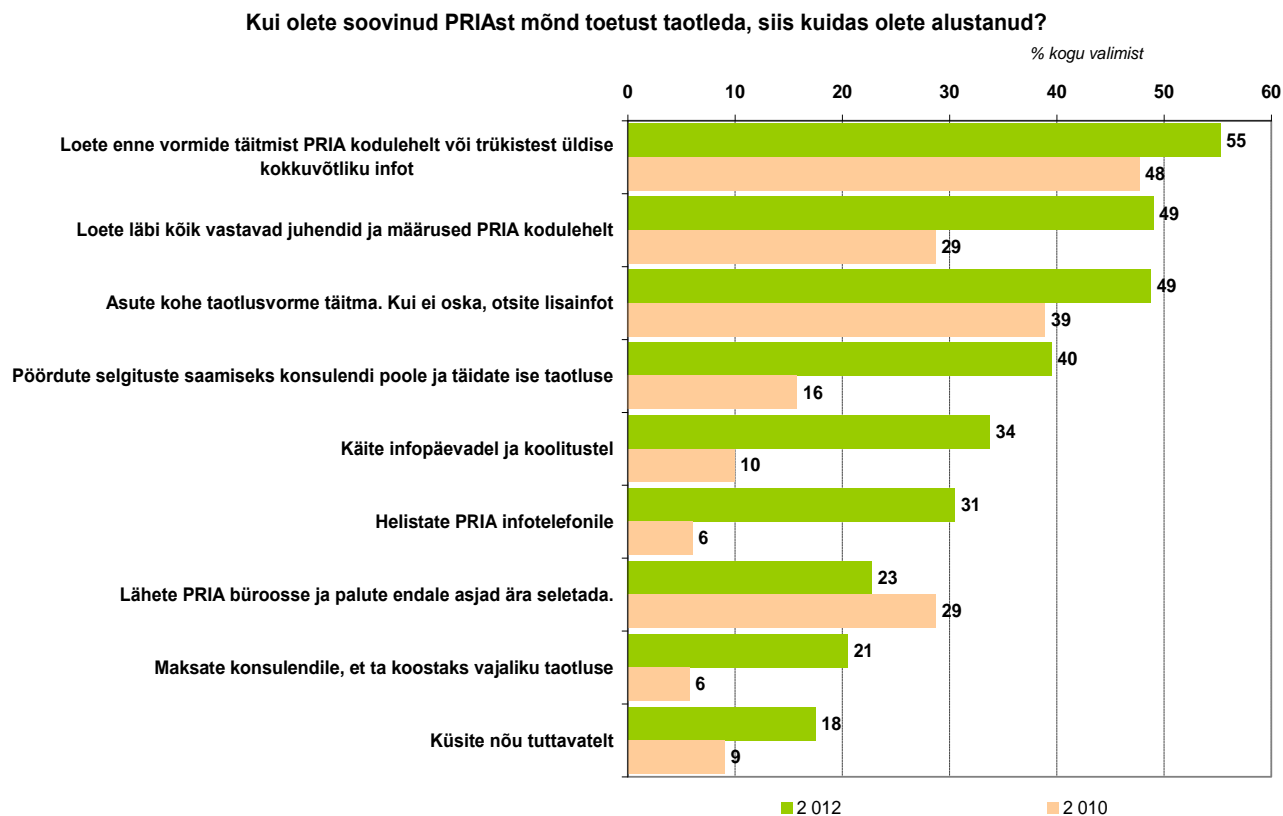
Joonis 2



- Esimesena mainitud infokanalite hulgas kõige rohkem peeti selleks ikkagi PRIA kodulehte (45%). Järgmisena kõiki muid kanaleid (10%) ning PRIA ja põllumajandusministeeriumi trükiseid (10%).
- PRIAst on umbes 42% vastanud klientidest vajanud informatsiooni just **dokumentide täitmise kohta**. Toetustingimuste kohta soovis klientide seas saada informatsiooni 24% vastanutest. 12% vastanutest leiab, et nad on enim vajanud infot **taotlemise** kohta.

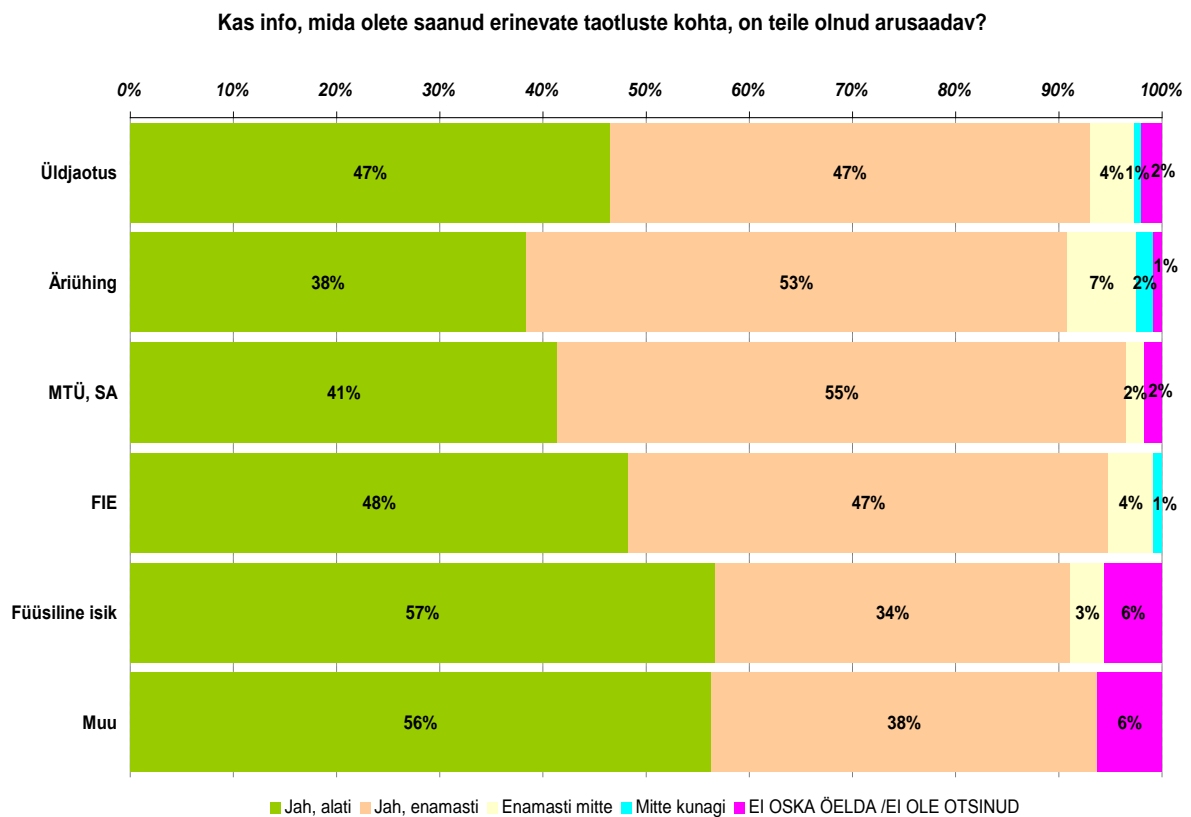
- Uuringus osalenud kliendid loevad 55% juhtudest enne taotlusvormide täitmist PRIA koduleheküljelt või trükistest läbi **üldise kokkuvõtliku informatsiooni**.

Joonis 3



- Selgus, et üldjaotuse järgi **44%** klientide meelest **vastab saadav teave täielikult** nende vajadustele, aga 1% meelest mitte üldse.
- **Info arusaadavust** hinnati üldiselt veidi kehvemini kui selle õigeaegsust – 47% vastajate jaoks on info alati arusaadav olnud. 4% jaoks enamasti mitte ja 1% jaoks mitte kunagi.

Joonis 4



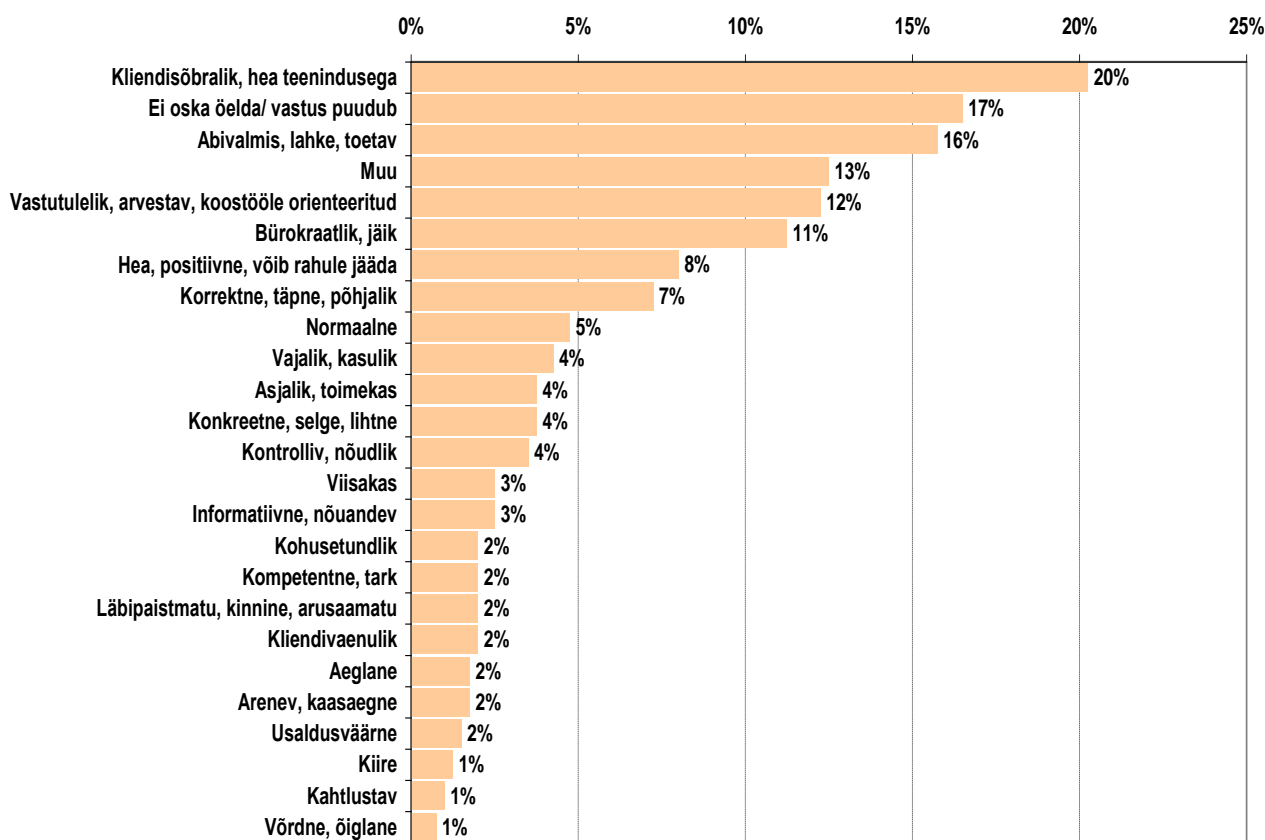
- Selgus, et 2012. aastal on enim (77%) arusaadavad olnud **PRIA kirjad ja teatised kliendile**. Seejärel juhised taotluste taotlemise näidisvormidel (72%) ja PRIA juhend "Abiks taotlejale" koduleheküljel (72%).
- **PRIA koduleheküljega** Internetis on väga rahul 23% vastanutest. Neid, kes koduleheküljega üldse rahul pole, on mõlema aasta tulemuste järgi ühepalju (1%).
- **E-PRIA teenuste kasutamine** on klientide hulgas enam-vähem pooleks – 48% 'jah' ning 52% 'ei'.
- 59% – vastanutest hindavad **PRIA klienditeenindust** heaks. 33% pigem heaks, 4% pigem halvaks, 1% täiesti halvaks ja 3% ei osanud hinnangut anda.
- Üldjaotuse põhjal leiavad vastanud kliendid, et eelkõige vastab PRIA tegutsemine ja hoiakud PRIA põhiväärtustest **koostöövõimele (39%) ning kliendikesksusele (36%)**.

Ülejäänud kaks olid hinnatud veidi madalamalt – professionaalsus vastavalt 29% ja tõhusus samuti 29%.

- 31% klientidest leiavad, et **PRIA reaalsed rollid hetkel on** olnud seotud toetuste jagamise ning rahastamisega.
- 19% meelest **peaks PRIA roll olema** toetav ja abistav. 15% jaoks (vastajate poolt antud vastuste järgi) peaks selleks olema toetuste jagamine ja rahastamine. 11% vastustest sooviks nõuandvat, informeerivat, koolitatavat rolli. 10% meelest peaks see olema põllumajandust ja maaelu edendav.

Joonis 5

Millised on Teie meelest kõige paremini PRIAt iseloomustavad omadused või märksõnad, mis seostuvad PRIAga?



- Üldiselt kliendid isiklikult pigem ei soovi **PRIAs töötada** – 74% vastanutest seda ei sooviks, aga 18% seda kindlasti teeks.
- 12% ootustest ja ettepanekutest PRIAle hõlmas seda, et **PRIA võiks/peaks tulevikus olema** rohkem kliendikesksem, mõistvama suhtumisega ja paindlikum.
- 7% vastuste puhul leiti, et ootus ja ettepanek PRIAle on eelkõige see, et jätkataks sellega, mida juba tehtud on ja praegu tehakse. 6% vastustest hõlmas bürokraatia vähendamise soovi ning teine 6% toetuste suurendamist.